



普通高等教育“十一五”国家级规划教材
面向21世纪课程教材

高等学校旅游管理专业课程教材

餐 饮 管 理

(第三版)

蔡万坤 编著



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

普通高等教育“十一五”国家级规划教材 面向 21 世纪课程教材

高等学校旅游管理专业课程教材

餐 饮 管 理

(第三版)

蔡万坤 编著

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 071181 号

责任编辑：蔡万坤
封面设计：蔡万坤
版式设计：蔡万坤
文字编辑：蔡万坤
责任校对：蔡万坤
责任印制：蔡万坤

出版发行：高等教育出版社
社址：北京市西城区德胜大街 4 号
邮政编码：100120
总编：010-58381000
编辑：蓝色畅想图书发行有限公司
印刷：北京汇文印务有限公司
开本：787×960 1/16
印张：30
字数：270 000

责任编辑：蔡万坤
封面设计：蔡万坤
版式设计：蔡万坤
文字编辑：蔡万坤
责任校对：蔡万坤
责任印制：蔡万坤

010-3281118
800-810-0298
http://www.hep.edu.cn
http://www.hep.com.cn

网上订购
http://www.landinfo.com
http://www.landinfo.com.cn
http://www.widisp.com
http://www.widisp.com.cn

2002 年 8 月第 1 版
2008 年 6 月第 3 次印刷
2008 年 6 月第 1 次印刷



高等教育出版社
HIGHER EDUCATION PRESS

00-24282-号

内容提要

本书是面向 21 世纪课程教材, 又是普通高等教育“十一五”国家级规划教材。

本书共分十章, 内容包括: 餐饮管理基本原理概述、餐饮管理的机构设置和人员组织、餐饮经营计划管理、餐饮菜单设计与价格管理、餐饮市场营销和客源组织、食品原材料采购供应管理、厨房餐饮产品生产管理、餐厅酒吧销售服务管理、宴会经营及其美食展销活动管理以及餐饮管理的成本核算与成本控制等。

本书体系完整, 结构合理。全书定量分析与定性分析相结合, 注重理论联系实际, 具有较强的实用性和可操作性。

本书适合作为高等学校旅游类专业教材, 也可作为高等职业教育及自学考试专业教材和职业学校旅游专业教师的教学参考书, 还可作为餐饮企业中、高级管理人员的业务用书, 以及餐饮行业职业经理培训用书。

本书还特别配套了光盘版教学支持资源(教学课件), 具体索取方式详见本书最后一页的教学支持说明。

图书在版编目(CIP)数据

餐饮管理/蔡万坤编著. —3 版. —北京: 高等教育出版社, 2008. 6

ISBN 978-7-04-024282-9

I. 餐… II. 蔡… III. 饮食业-经济管理-高等学校-教材 IV. F719.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 071181 号

策划编辑 齐维京 责任编辑 巨克坚 封面设计 杨立新
版式设计 张 岚 责任校对 杨凤玲 责任印制 尤 静

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100120
总 机 010-58581000

购书热线 010-58581118
免费咨询 800-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>

经 销 蓝色畅想图书发行有限公司
印 刷 化学工业出版社印刷厂

网上订购 <http://www.landrac.com>
<http://www.landrac.com.cn>
畅想教育 <http://www.widedu.com>

开 本 787×960 1/16
印 张 20
字 数 370 000

版 次 2002 年 8 月第 1 版
2008 年 6 月第 3 版
印 次 2008 年 6 月第 1 次印刷
定 价 23.10 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

物料号 24282-00

第三版前言

《餐饮管理》从1998年面世到今年的第三版出版，已经整整10年了。本书出版的大致经历是：1998年，作为全国高等院校旅游专业统编教材由高等教育出版社首次出版，并受到全国包括港、澳、台地区高等院校旅游专业师生和饭店宾馆、涉外餐馆管理人员的广泛欢迎。每年发行量1万册左右。2002年，本书作为“面向21世纪旅游管理专业教学内容和课程体系改革计划”的研究成果，通过立项评审，第一批被定为“十五”国家级规划教材，是为第一版。2005年，本书在2004年被推荐立项评审，定为“北京市高等教育专业精品教材”的基础上，经过修订，作为“十五”国家级规划教材和北京市精品教材再次出版，是为第二版。为适应旅游教育形势发展的需要，2008年，本书在坚持原书系统性、创新性、实用性三大特色的基础上，再次进行修订。同时经过立项评审、被选定为“十一五”国家级规划教材再次出版，是为第三版。

本次修订，对第一版中个别不准确的地方进行了修改，调整了部分章节的内容，在坚持第二版的创新性、科学性、实用性等特点的基础上，进行了以下三方面的重点调整：一是对全书若干章节进行了结构性调整，将原书餐饮管理的菜单设计和餐饮产品价格管理两章合为一章。原书餐饮产品销售服务管理和餐饮酒吧销售服务管理两章合为一章。同时调整了相关内容。二是在原书餐饮市场营销和客源组织、食品原材料采购供应管理、餐饮产品生产管理、宴会经营和食品展销活动管理、餐饮产品的成本核算与成本控制等章节，增加或调整了相关内容，增强了科学性、创新性和实用性。三是在每章的前面，增加了本章对学生的知识和技能要求，明确了各章的教学重点，突出了操作技能。同时对每章后面的复习思考题做了相应调整，从而进一步突出了教材的实用性。

另外，在立体化教材的研发方面，高等教育出版社给予我很大的支持。我还要特别感谢靳星老师，是他负责的工作保证了本课件的顺利制作和出版。与

本书配套的教学支持资源（教学课件）将免费赠送给使用本书的授课老师，具体索取方式详见本书最后一页的教学支持说明。

由于编者水平有限，疏漏、错误之处还请广大读者批评指正。

蔡万坤
2008年2月

第三版前言

本书自出版以来，深受广大读者欢迎，好评如潮。为感谢广大读者的厚爱，本书第三版在保留原书精华的基础上，进行了全面的修订。本次修订主要做了以下几方面的工作：
1. 更新了部分数据：随着形势的发展，部分数据已经发生了变化，本书及时进行了更新。
2. 优化了图表设计：对原有的图表进行了重新设计，使其更加直观、易懂。
3. 增加了案例教学：结合实际案例，加深读者对理论知识的理解。
4. 强化了重点难点：对重点、难点问题进行了更加深入的分析和讲解。
5. 调整了章节顺序：对部分章节的顺序进行了调整，使全书逻辑更加清晰。
6. 修正了文字错误：对全书文字进行了仔细校对，修正了部分印刷和编辑上的错误。
7. 增加了配套资源：为本书增加了丰富的教学支持资源，方便教师和学生使用。
8. 更新了参考文献：对参考文献进行了更新，反映了最新的学术成果。
9. 提高了印刷质量：本书第三版的印刷质量得到了进一步的提升，更加美观大方。
10. 完善了版权信息：对本书的版权信息进行了全面的梳理和更新。
本书的出版，离不开广大读者的支持和鼓励。希望本书能为广大读者提供有价值的参考和帮助。同时，也希望广大读者能对本书提出宝贵的意见和建议，以便我们不断改进，提高书籍的质量。
最后，再次感谢广大读者的厚爱和支持。本书第三版即将出版，敬请期待。

第二版前言

《餐饮管理》自2002年出版以来，已经被众多院校选用，也得到了读者和师生的不少肯定。在深感欣慰的同时，我也感到责任之重大。作为面向21世纪课程教材以及“十五”国家级规划教材，本书在内容编排、体系架构等方面具有一定的特色。但随着学科的发展，教材也应该与时俱进，在深入分析了众多院校一线教师中肯的意见和建议后，我开始了本版的修订工作。

此次修订，对第一版中有错误或者不准确的地方进行了修改，完善了部分章节的内容，在坚持第一版的创新性、科学性、实用性等特点的基础上，进行了以下两方面的重点调整：一是对全书若干章节进行了结构性调整，包括餐饮管理菜单设计、餐饮业的组织机构和人员编制、餐饮产品成本核算与成本控制等章节，使全书结构更加合理，内容更加符合实际，科学性、实用性更强。二是对餐饮管理的有关原则、特点、要求、方法等做了要点修订。如在餐饮人员管理中，增加了“以人为本”、“弹性用人”、“灵活排班”等内容；在厨房生产管理中，介绍了定制生产、精益管理方法，餐饮产品生产标准化管理方法等内容。

另外，在立体化教材的研发方面，高等教育出版社给了我很大的支持。我还要特别感谢北京联合大学的刘捷老师，是她细心、负责的工作保证了本课件的顺利制作和出版。与本书配套的光盘版教学支持资源（教学课件）将免费赠送给使用本教材授课的老师，具体索取方式详见本书最后一页的教学支持说明。

由于编者水平有限，疏漏、错误之处还请广大读者批评指正。

蔡万坤
2005年2月

第一版前言

《餐饮管理》是“十五”规划国家级教材，也是面向 21 世纪高等院校旅游管理专业专业课教材，同时，该书也是旅游教学研究领域中的一本旅游企业管理研究专著。该书 1998 年曾作为全国高等院校旅游专业统编教材正式出版。在几年的教学实践中，它以每年近 1 万册的发行量发行，受到全国包括港、澳、台地区高等院校旅游专业师生和全国饭店宾馆、涉外餐馆管理人员的广泛欢迎。此次修订，作者根据面向 21 世纪课程教材和国家级重点教材的要求对本书进行了全面、细致的修改，并增加了《餐饮管理的组织机构和人员编制》与《餐饮酒水销售服务管理》两章，使之更加全面系统和科学合理。

旅游业是一个新兴的产业，一个新兴产业的成熟需要理论研究的成熟，而理论研究必然有一个发展的过程。20 世纪末期，我国旅游企业管理，特别是饭店管理、客房管理、餐饮管理的书籍出了几十种，大体可分为两个阶段：第一阶段大多以传统的工商企业管理教科书为蓝本；第二阶段大体上以引用西方和东南亚地区的同类书籍为主，但在理论联系方面实际上还有不足之处，这是一个理论引进和消化的过程。20 世纪最后几年到 21 世纪初，一些新的旅游企业管理书籍出现了。这些著作将西方管理先进经验和中国市场经济的国情相结合，将西方饭店企业管理的科学方法和中国实际结合起来，形成了自己的科学体系。该体系虽然尚未完全成熟，但它们已经初步具备了中国特色。《餐饮管理》在这方面作了较多的探索，应该说是一个代表。

本书根据餐饮企业经营管理的客观规律，以理论为指导，以业务经营活动为中心，以科学管理思想和方法为主要内容，坚持理论、方法和案例相结合，定性研究和定量分析相结合。全书在阐明餐饮管理基本原理的基础上，比较系统地论述了餐饮管理的组织机构、人员编制、市场营销、经营计划、原材料采购供应、产品生产、产品销售服务、酒水销售服务、宴会经营和食品展销，以及产品价格、成本核算与控制等环节的科学管理理论和方法。本书具有四个较

突出的特点：一是理论的创新性。餐饮业历来是以手工操作为主，以师傅带徒弟的方式发展起来的，缺乏理论研究。本书结合餐饮管理实践，将经济学、市场学、管理学、行为科学、财务管理等各种理论的精神实质，通过综合与提炼，运用在餐饮管理的实践中，形成了自己的理论观点、概念、原则，体现在各章节的理论阐述中。二是方法的先进性。传统的餐饮管理由于以师傅带徒弟的经验管理为主，传统方法多，先进经验的总结不足，特别是定量管理比较薄弱。本书在总结先进实践经验的基础上，破除了传统经验管理思想的束缚，在市场营销、指标预测、预算编制、原料采购、生产管理、销售分析、价格管理、成本核算与控制等各方面，都引用了大量先进的管理方法，进行了深入的实证分析和定量分析，并在此基础上形成了解决餐饮管理实际问题的主要理论方法。三是内容的科学性。全书以管理理论为指导，以业务经营过程为主线，以降低成本费用、提高经济效益为归宿，将现代餐饮管理的内容组织起来，形成了内容全面、逻辑清楚、层次分明的科学体系。四是操作的实用性。全书各章节在结合实际阐明餐饮理论观点、管理原则、科学方法的基础上引用了大量的案例和实例分析，其理论既有对现实的归纳总结，又有自身的逻辑推演，从而揭示了餐饮管理的本质。而大量的案例和实例分析，因大多来源于餐饮管理的实际操作中，就更具有现实的指导性和实用性。

科学理论的发展是一个循序渐进的过程，企业管理实践又有大量新事物、新情况不断涌现，加之编者水平有限，书中缺点、错误之处，欢迎广大读者批评指正，以使本书不断充实和完善。

蔡万坤

2002年4月

目 录

第一章 绪论	1
第一节 绪论	1
第二节 餐饮业的发展概况	2
第三节 餐饮业的发展前景	3
第二章 餐饮业的基本概念	4
第一节 餐饮业的概念	4
第二节 餐饮业的特点	5
第三节 餐饮业的作用	6
第三章 餐饮业的经营管理	7
第一节 餐饮业的经营思想	7
第二节 餐饮业的经营方针	8
第三节 餐饮业的经营策略	9
第四章 餐饮业的机构设置和人员组织	10
第一节 餐饮业的机构设置	10
第二节 餐饮业的人员编制	11
第三节 餐饮业的人员组织	12
第五章 餐饮业的经营计划管理	13
第一节 餐饮业的经营计划概述	13
第二节 餐饮业的经营计划指标预测方法	14
第三节 餐饮业的经营计划的编制方法及贯彻实施	15
第六章 餐饮菜单设计与价格管理	16
第一节 菜单市场营销作用及设计原则和标准	16
第二节 菜单设计的依据方法与使用更新	17
第三节 餐饮产品的价格构成及其管理原则和策略	18
第四节 餐饮产品的价格制定方法	19
第五节 餐饮产品价格调整方法	20
第七章 餐饮市场营销和客源组织	21
第一节 餐饮市场供求关系	21
第二节 餐饮管理的市场定位	22
第三节 餐饮管理的市场营销	23
第四节 餐饮管理的客源组织	24
第八章 食品原材料采购供应管理	25
第一节 食品原材料采购管理	25

第二节	食品原材料库房管理	156
第三节	食品原材料采供管理控制	170
第七章	厨房餐饮产品生产管理	178
第一节	厨房生产管理的组织形式、特点及基本要求	179
第二节	厨房生产任务及其标准化管理方法	183
第三节	厨房原料加工管理方法	193
第四节	厨房产品生产管理方法	198
第八章	餐厅酒吧销售服务管理	205
第一节	餐厅酒吧销售服务管理的特点和任务	206
第二节	餐厅销售服务过程的组织	210
第三节	酒吧销售服务管理的内容和方法	220
第四节	餐厅酒吧产品销售分析	234
第九章	宴会经营及其美食展销活动管理	240
第一节	宴会类别及其经营特点	241
第二节	宴会推销和预订管理方法	245
第三节	宴会服务产品设计方法	253
第四节	宴会服务过程的组织	261
第五节	餐饮美食展销活动管理	266
第十章	餐饮管理的成本核算与成本控制	275
第一节	餐饮管理成本核算概述	276
第二节	餐饮管理成本核算方法与案例	282
第三节	餐饮管理成本控制	297
参考文献	307

餐饮管理基本原理概述



知识与技能要求

知识要求 通过本章学习,掌握4项基本知识:

- ➊ 1. 餐饮业的行业特征、行业地位及其重要作用。
- ➋ 2. 餐饮管理的基本特点、任务和基本要求。
- ➌ 3. 餐饮经营的概念与实质,餐饮经营思想和经营方针。
- ➍ 4. 餐饮管理的社会责任和五大工作要领。

技能要求 通过本章学习,掌握4项管理技能:

- ➊ 1. 根据餐饮企业等级规模和市场环境设计企业管理的主要任务。
- ➋ 2. 以调查资料为基础,能够总结出一家餐饮企业的经营思想和经营方针。
- ➌ 3. 通过社会调查,能够总结出一家餐饮企业的工作要领,即整体思路。

第一节 餐饮业的性质及其基本特征

一、餐饮业的性质

(一) 餐饮业的概念

餐饮业是利用设备、场所和一定消费环境为外出就餐的客人提供餐饮产品和用餐服务的生产经营性服务行业。

餐饮业是一个历史悠久的行业。从古至今,其为客人提供外出就餐服务的社会机能并没有改变。但是,随着社会生产力的高度发展,人类生活水平不断提高,人类在政治、经济、商贸、旅游、科技、文化等方面的交流日益频繁,家务劳动社会化程度日益提高,使现代餐饮业正朝着设备舒适、环境优美、产品风味突出、服务质量优良的方向发展。

餐饮业的市場范围十分广泛。海内外各行各业的人们都能成为餐饮经营者的接待对象。与此相适应,餐饮业的经营类型十分复杂。饭店、餐馆、酒家、饭庄、快餐店以及各种类型的宾馆等,都从事餐饮经营。但不管其经营类型多复杂,餐饮管理都必须以目标市场为对象,以产品质量和服务质量为中心,以生产经营活动为主体,以提高经济效益为目的,使企业的等级规格、用餐环境与接待对象相适应。

餐饮业的营销活动是一个完整的供、产、销过程,食品原材料的采购、厨房的生产加工和餐厅的销售服务融为一体。为此,餐饮管理必须研究营销活动的全过程,必须研究营销活动中的价值运动,分析其价值消耗和价值补偿,以适应市场变化,满足客人需求,获得优良经济效益。

(二) 餐饮业的性质

1. 经济属性

经济属性是指酒楼饭庄、饭店餐饮、餐馆集团等单位或部门的餐饮经营所固有的以追求经济效益为主要目的性质。经济属性是餐饮企业经营的本质属性。它要求餐饮企业管理必须遵循市场经济法则,在市场竞争中求生存、求发展;必须自主经营、独立核算、自负盈亏、自我发展、自担风险;必须具有企业法人的法律地位,独立承担民事法律责任。

2. 社会属性

社会属性是指酒楼饭庄、饭店餐饮、餐馆集团等企业或部门的餐饮经营都是为社会公众提供外出就餐服务的。它们都是公共消费场所。这种性质要求餐饮管理必须以客源为中心。要将客人当做餐饮业的衣食父母和希望所在,当做

其经济效益的唯一来源。因此、餐饮管理必须坚持“宾客至上，服务第一，质量优先”的经营宗旨。餐饮管理只有始终以优良的消费环境、优质产品、优良服务与合理价格来不断满足客人的物质、精神和心理需求，才能始终立于不败之地，获得优良经济效益。

3. 文化属性

文化属性是指酒楼饭庄、饭店餐饮、餐馆集团等不仅是一种企业单位，而且是餐饮文化最典型、最集中的展现场所。餐饮业的文化属性主要通过三个方面表现出来：一是消费环境的建筑装修文化。它通过建筑与装修设计、环境装饰与美化形成餐厅特色与风格，体现出特定文化底蕴，对目标市场的客人产生强烈的形象吸引力。二是餐厅服务文化。它通过服务人员的服装服饰、服务态度、礼仪规格、服务操作和质量标准来体现不同餐厅的民族文化特色和地方文化色彩，展示具有浓郁文化氛围的特色服务。三是烹饪文化。它通过对烹调技术的传承与发展，在菜点名称、营养搭配、烹饪艺术、食雕造型、餐具选用、用餐方式等方面来营造出具有不同民族特色和不同饮食风味的文化氛围。消费环境的装修文化、餐厅服务文化和烹饪文化相结合，共同构成了餐饮业的文化属性。它可以使客人切身感受到现代餐饮所呈现出的不同的文化特色、风俗习惯和民族情趣，增强餐饮企业对目标市场客人的吸引力。

4. 生产服务属性

生产服务属性是指餐饮经营既有生产性质，又有服务性质。前者指餐饮经营是利用食品原材料，经过加工切配、烹饪制作生产出不同的餐饮产品。后者是指生产出的产品必须提供现场服务供客人就地消费。所以，餐饮经营是一个完整的供、产、销过程。其表现是边生产、边消费；厨房生产，餐厅消费；生产、消费和服务在时间和空间上都是基本相同的。餐饮业的生产服务属性要求餐饮管理必须十分重视厨房生产过程和餐厅服务过程的组织。要一手抓厨房生产和产品质量，一手抓餐厅销售和服务质量。始终坚持“两手抓，两手都要硬”，这样才能保证餐饮质量和经济效益。

二、餐饮业的基本特征

餐饮业是国民经济中为民众提供社会生活服务的基本产业。随着国民经济的发展，人均国民收入水平的迅速提高，我国餐饮业已经发展成年产值高达1万亿元以上的庞大产业。与其他行业比较，餐饮业具有四个基本特征：

（一）行业发展的依赖性和市场准入的容易性

餐饮业是为社会公众提供以外就餐服务为主的生产经营性服务行业。餐饮业对国民经济的发展状况和国民收入水平有很强的依赖性。一个国家、一个地区、一个城市的国民经济越发达，人均国民收入和生活水平越高，尤其是旅

游业越发达、流动人口越多,餐饮行业就必然越发达。所以,餐饮业的发展规模、速度、结构,必须与当地国民经济的发展相适应。

同时,餐饮业又是一种投资区别大、档次规模悬殊和经营方式灵活的大众服务性行业。因此,其市场准入的门槛较低。只要能够筹集一定的资金和招募适当厨师人员,就可进入这一行业。正因为如此,餐饮业又是一种很容易形成完全竞争和充分竞争的行业。由于市场竞争十分激烈,又加剧了餐饮行业的市场波动性。进入容易,退出也很容易,这是餐饮行业发展的客观存在和必然趋势。

(二) 市场范围的广泛性和顾客需求的多样性

餐饮业的市場范围十分广泛。凡是外出就餐的人员,不管他们的地位、身份、职业、宗教信仰、性别、年龄等如何,都可以成为餐饮企业的客人。但是,由于客人的国籍、民族、宗教信仰、生活习惯、饮食爱好、收入水平、支付能力等各方面的差别很大,因此,餐饮业的顾客需求又是多元化、多层次的。所以餐饮企业的经营就不可能面向所有市场。它必须明确自己的市场定位,以目标市场为中心来开展营销活动,在消费环境设计、产品质量保证和价格制定上要以目标市场为出发点,向其提供针对性强的优质服务,只有这样,才能确保经营成功。

(三) 品牌创建的艰巨性和专利保护的困难性

餐饮业的经营活动是将食品原材料加工烹制成产品供客人食用。它以手工操作为主,高科技含量较低。在餐饮经营过程中,要想创造市场知名度和美誉度都很高的品牌,包括企业品牌和菜点品牌,即名牌菜点,都是比较困难、艰巨的,往往需要较长的时间,投入较大的资金和人力、物力。但餐饮业的手工技术容易模仿,品牌专利的认证、界定比较困难,因而造成了餐饮行业专利保护的困难。加之客源市场广泛存在的“吃新店”“吃新品”的“随新赶潮消费”心理的影响,由此形成了餐饮行业产品的模仿性、类同性、模糊性。要想改变这种现象,需要市场经济的深入发展、专利技术保护政策和法律法规的不断完善。

(四) 饮食文化的民族性和产品风味的地方性

餐饮业是在长期的历史发展过程中,随着人类对美食的不断追求而逐步发展的。饮食文化包括餐厅装饰文化、服饰文化、烹饪文化、服务礼仪等。产品风味就是烹饪文化的集中体现。不同国家、不同地区、不同民族的地理气候、生活环境、宗教信仰、生活习惯不同,各地的物产和食品原材料也不同,从而就在长期的历史发展过程中形成了各种不同的饮食文化和产品风味,使餐饮行业具有“饮食文化的民族性和产品风味的地方性”特点。现代餐饮管理必须强化饮食文化、突出产品风味、办出经营特色、坚持产品质量和服务质量标

准,只有这样,才能确保经营成功。

三、餐饮业的类型划分

现代餐饮业的经营类型是多种多样,复杂多变的。划分餐饮经营类型的目的是:第一,便于投资人根据餐饮类型选择投资方向,作出投资决策。第二,便于经营者根据餐饮类型和风味做好市场定位,选择主要目标市场和经营方向。第三,便于消费者选择适合自己需求的餐厅消费。根据考虑问题的角度不同,现代餐饮业的类型主要分为以下几种。见图1-1。

四、餐饮业在国民经济中的地位和作用

餐饮业是国民经济的重要组成部分。它主要为国民经济的发展提供社会生活服务。其地位和作用表现在四个方面:

(一) 餐饮业是促进国内外经济文化交流、提供后勤服务的重要行业

我国加入世界贸易组织以后,国内外的政治、经济、文化交流更加频繁。大批外国政治家、科学家、实业家和文化界人士前来访问,从事经贸活动,进行科学考察和学术交流,他们都要品尝饮食风味,都要由餐饮业为其提供就餐服务。国内各行各业的专家、学者、工程技术人员、经贸工作者等在商务往来和学术交流过程中,也离不开餐饮企业。对外交流越广泛,国内经济建设发展水平越高,人们对餐饮产品的需求量越大。提供生活服务的餐饮业无疑对加强国际、国内交流,促进经济发展起到积极的推动作用。

(二) 餐饮业是旅游业的构成要素和创造社会财富的重要服务行业

行、游、住、食、购、娱是旅游业的六大要素。发展旅游业,可以加强国际、国内交流,吸收外汇,满足国内人民日益增长的物质和精神生活需要,促进国民经济的发展。大批国内外旅游者前来游览观光、探亲访友,需要品尝饮食风味,领略当地的风土人情。餐饮业为其提供独特风味、优美环境和优良服务,不仅可以满足客人的需求,而且高超的烹调艺术、独具特色的饮食产品,也是饮食文化的结晶,本身又可以成为旅游资源,广泛吸引国内外旅游者。同时,餐饮业利用餐饮设备技术,通过食品原材料加工制造产品,本身就可以增加产品价值,创造社会财富。为海外旅游者提供餐饮服务的企业可以吸收外汇,提高我国的国民收入。

(三) 餐饮业是活跃经济、繁荣市场、促进相关行业发展和提供就业机会的行业

餐饮业的发展规模、速度和水平,往往直接反映一个国家、一个地区的经济繁荣和市场活跃程度。同时,餐饮业的迅速发展,需要国民经济提供基础设施、生产技术设备、物资用品和各种食品原材料,因此,它必然促进轻

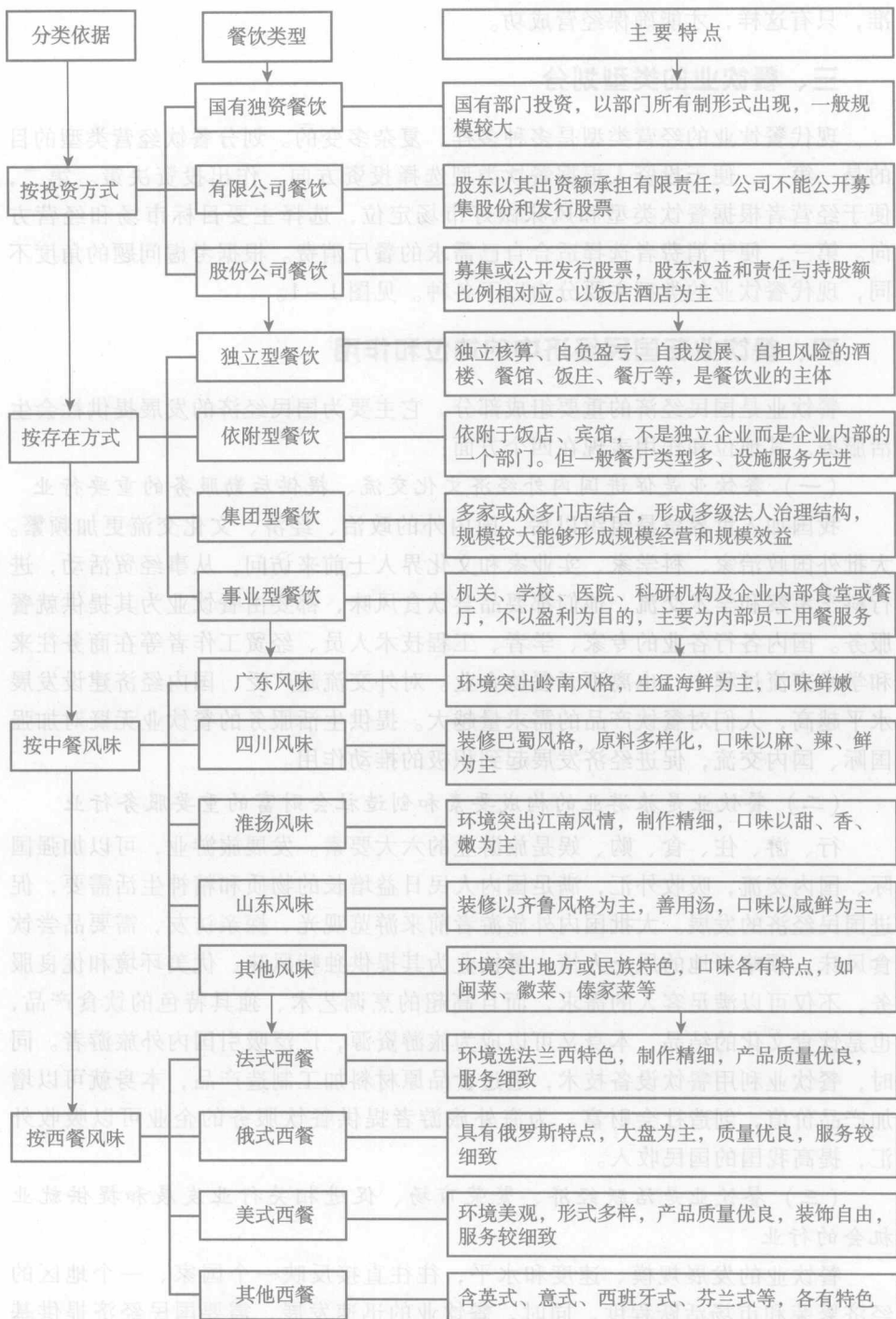


图 1-1 餐饮业的类型

工、建筑、装修、交通、食品原材料和副食品生产等相关行业的发展。这样,餐饮业的发展,为大批人员提供就业机会,包括在餐饮企业工作的直接就业和为餐饮业服务的食品原料、副食品供应及相关行业中的间接就业两种,成为解决我国就业和下岗职工再就业的重要出路之一。到目前为止,我国餐饮业的直接就业职工已达到2 000万人左右,间接就业人数在3 500万~4 000万人以上。今后,随着我国餐饮业的发展,还将会为越来越多的人提供就业机会。

(四) 餐饮业是促进社会消费方式和消费结构变化以及家务劳动社会化的重要行业

人类的饮食消费主要在家庭、工作单位和社会餐饮服务业中进行。经济越发达,国民收入水平越高,人类的对外交流活动越频繁,家务劳动社会化程度越高,越能促进餐饮业的发展。餐饮业的迅速发展,为人们的社会饮食消费创造了条件,可以减轻人们的家务劳动,促进社会消费方式和消费结构的改变。这就会促进家务劳动社会化的发展,促使社会分工合理化,从而促进社会经济更好、更协调地发展。

第二节 餐饮管理的特点任务和要求

一、餐饮管理的特点

餐饮管理是利用资源、运用管理功能来从事餐饮产品生产和销售服务活动,获得优良经济效益,满足社会需求的一种劳动方式。餐饮管理和一般工商企业及服务性企业管理比较,具有四个基本特点:

(一) 生产过程短,随产随销

餐饮产品生产是通过对食品原材料的加工、切配、烹调制作来完成的。生产过程短,一份产品的制作往往只需要几分钟或十几分钟,即使是一次宴会也只需要几个小时。产品烹制完成后,必须马上销售,否则色、香、味、形都会受到影响,不能满足客人的消费需求。因此,餐饮管理具有很强的时间观念,必须将食品原材料的采购供应、加工切配、烹饪制作和销售服务形成一个整体。餐饮管理要坚持一条龙服务,正确处理生产过程中各个环节的关系,保持其衔接和协调。

(二) 花色品种多,技术要求高

餐饮产品有各种不同的风味,在长期的历史发展中又形成各种菜系和派别,如中餐有川菜、鲁菜、粤菜、淮扬菜等菜系,每一种菜系又能烹制出成百